

CONTRAFAÇÃO E PIRATARIA

Não copie... Crie!



Neste espaço dedicado à propriedade intelectual, ocorreu-nos a ideia de abordar este flagelo denominado contrafação e pirataria. Quem não tem noção daquilo a que nos referimos, ficará admirado pela má conotação atribuída a algo que, à primeira vista, pode parecer um bónus para cidadãos que sentem no bolso o peso da carga fiscal que a todos nos atinge. Engana-se, redondamente, se assim pensa.

Vamos procurar afastar-nos de uma linguagem técnica que nos é muito própria e equacionar a questão de forma inteligível, na dupla vertente de empresários e de vulgares consumidores. Temos perfeita consciência do esforço desenvolvido pelas **empresas** para conquistarem o seu lugar num terreno onde impera uma concorrência que poderemos classificar como desenfreada, do investimento realizado para acompanhar o ritmo alucinante do desenvolvimento dos mercados, do nível de exigência crescente dos consumidores, da necessidade de adquirir capacidade de resposta, da preocupação de estar pelo menos um passo à frente dos seus mais diretos competidores, de inovar permanentemente.

Desta corrida de fundo, surgem resultados que importa salvaguardar, ao abrigo de direitos de propriedade intelectual. Se a sua natureza for de cariz tecnológico recorre-se às patentes de invenção ou aos modelos de utilidade, se for de pendor estético e aqui referimo-nos concretamente ao *design*, utilizam-se para o efeito os desenhos ou modelos industriais, se for de cunho diferenciador temos as marcas, os logótipos, os nomes e insígnias de estabelecimento e, se operarmos no universo do comércio eletrónico, onde ter identidade própria é igualmente fulcral, opta-se pelos nomes de domínio. Tudo isto tem custos, sabemos-lo. Recuperá-los é, pois, uma expectativa mais do que legítima. Mas, infelizmente, o mercado não é apenas povoado por agentes que, como nós, pautam a sua conduta por parâmetros da mais elementar correção. Existem também os chamados parasitas, aqueles que vivem da criatividade alheia, que não têm o menor pejo em fazer uso do que não lhes pertence, que recorrem a esquemas frequentemente sofisticados para desenvolver a sua atividade ilícita e que dela retiram dividendos que são nossos por direito!

Caro empresário, quantas vezes já foi vítima desta prática? Existe ainda algum pudor em assumir tal facto, não obstante a indignação que nos invade, não é verdade? Participa-se numa exposição e fica-se incrédulo ao ver um *stand* que mais parece uma clonagem do nosso, vai-se a uma feira e pasma-se ao ver uma panóplia de produtos de má qualidade a serem comercializados com a nossa marca, entra-se numa grande superfície e é-se invadido pelo assombro de contemplar uma enorme quantidade de fatos que mais não são do que uma cópia fidedigna do que criámos para um cliente nosso em regime de exclusividade, navega-se num website de outrem e descobre-se uma linha de produtos por nós concebida e pasme-se, inclusivamente com as nossas próprias imagens publicitárias!

O momento em que detetamos uma situação desta natureza, quando o conseguimos, varia imenso. Por vezes, quando tal acontece é já demasiado tarde e não nos resta outra alternativa que não seja a de fechar a porta, com tudo o que isso implica. Fomos vítimas, há que admiti-lo, mas muitas vezes contribuímos para o facto.

Sabe que quando é alvo de práticas desta natureza, se não registou a marca que diferencia os seus produtos ou serviços no mercado, dos oferecidos pelos seus concorrentes, se não protegeu a sua invenção por patente, se não salvaguardou o *design* que os seus artigos apresentam e que os torna tão apelativos pela via dos desenhos ou modelos, se não registou adequadamente os seus nomes de domínio de Internet está, como se costuma dizer, em maus lençóis, sobretudo se algum espertalhão o fez no seu lugar?

É que se não o fez, se não registou, se conseqüentemente não é titular de nenhum direito de propriedade intelectual que lhe confira bases legais para reagir... Conforme-se com o resultado da sua negligência! Se alguém mais atento a estas questões se adiantou... Prepare-se para abandonar o que construiu, para comprar o que lhe pertencia de raiz ou para pagar uma licença de utilização do que era seu, mas não protegeu! Acredite que não lhe estamos a querer vender a história do Lobo Mau, até porque já está um bocadinho fora de moda.

As chamadas de atenção que aqui vimos fazendo, não são fruto da nossa imaginação e muito menos um exercício de criatividade. Fazem e lamentamos dizê-lo, parte do nosso dia-a-dia, esperando sinceramente que não faça ou venha a fazer parte do seu.

Creemos, igualmente, ser este o momento adequado para responder a uma questão que nos é colocada com frequência. O registo, seja lá do que for, garante-me proteção absoluta contra a cópia? A nossa resposta é “não” e quem lhe disser o contrário mente. Neste domínio como em todos os outros da nossa vida, não existem proteções absolutas, mas o registo, ao atribuir-lhe a propriedade de um ativo intangível, o exclusivo da sua utilização e a faculdade de impedir que terceiros o façam sem o seu consentimento dá-lhe, em última análise, a base legal de que necessita para obstar a práticas desta natureza. Já agora convém dizer que é a si, enquanto titular de direitos de propriedade intelectual, que compete acionar mecanismos de defesa dos mesmos.

Passemos agora para a vertente do **consumidor**, que salvo raras e honrosas exceções, tem perante tal fenómeno uma atitude *light*, cuja inconsciência, seja por falta de informação, seja por displicência, nos arrepia profundamente. Em termos financeiros, a bolsa da esmagadora maioria dos portugueses está longe de uma exuberância que nos deixaria a todos seguramente mais confortáveis. Justifica isto a compra de artigos contrafeitos ou pirateados, baratinhos q.b.? Não!

Se acha que da aquisição de uma *t-shirt* que é uma cópia daquelas com um certo animal que tanto são do seu agrado, numa das muitas *street shops* tão nossas conhecidas e tão bem apetrechadas deste género de mercadorias, de um par de óculos escuros que são uma cópia daquela marca italiana que aparece insistentemente nas colunas do *must have* das revistas de moda, do DVD que falta na cinemateca lá de casa e que aqui tem um preço tão convidativo, não vêm grandes males ao mundo, está enganado e a contribuir para a prática de um crime!

Disparate?

Pare um pouco para pensar na quantidade de criaturas que por esse mundo fora fazem o mesmo. Tem noção dos milhões de exemplares de produtos copiados, desses que leva aí no saco de plástico, que estão a ser comercializados neste exato momento? Tem noção dos biliões que os seus legítimos titulares perdem pela existência desse mundo paralelo para o qual anda alegremente a contribuir? Inverta a situação, tente colocar-se no seu lugar. Então, a sensação de euforia permanece? Imagine-se trabalhador duma dessas empresas que quotidianamente vê os seus produtos serem objeto de contrafação e pirataria, que deixa de obter os proveitos que auferiria se não fosse alvo de cópia, que entra em declínio e que consequentemente o despede, porque perdeu capacidade para se manter no mercado e vai encerrar. É amargo o sabor de um desfecho que o atinge desta forma e que noutras circunstâncias estaria longe de acontecer, não é?

Mais, sabe que a comercialização deste tipo de artigos se faz à margem do fisco? Que não envolve pagamento de impostos? Tem ideia de quanto deixa de entrar no erário público? Sabe do bolso de quem acaba por sair? Nós dizemos-lhe, do seu! Só lamentamos é que em virtude desse facto saia também do nosso, que compramos originais.

E se um dia na estrada os travões do seu automóvel não funcionarem, porque alguém que partilha da sua prática na última revisão lhe colocou umas pastilhas contrafeitas?

E se o seu filho de repente sufocar, porque lhe deu um brinquedo contrafeito, que não cumpre normas de segurança, se ficar doente e lhe for vendido um medicamento nas mesmas circunstâncias?

Ainda considera que comprar uma cópia é um ato inócuo? Com toda a sinceridade esperamos que não! Que não pactue com este polvo de tentáculos gigantesco que cresce alimentado por todos nós, agentes económicos e cidadãos comuns.



Não copie, CRIE!

Não adquira cópias, compre ORIGINAIS!

AIP-CCI

RISCOS DA NÃO PROTECÇÃO

Vai corrê-los?



Convidamo-lo a aceitar o convite para refletir sobre os riscos da “não proteção” em matéria de propriedade intelectual. Para o efeito, não iremos construir hipóteses académicas, mas sim apresentar um, entre muitos exemplos reais, que a normal prossecução da nossa atividade nos permitiu conhecer de perto.

Vamos por momentos tornar-nos empresários.

Hoje e cada vez mais, para competir com os outros, há que ser inovador. A nossa empresa aposta forte na criação de novos produtos e eles começam a surgir. Como ouvimos falar do carácter distintivo da marca e queremos dar uma identidade própria aos mesmos, preocupamo-nos em proceder rapidamente ao seu registo, não vá o diabo tecê-las! Para o efeito e como esta questão dos registos não nos é familiar, procuramos aconselhamento especializado. Vamos à internet, selecionamos uma entre várias entidades que o podem prestar e inicia-se o processo.

Só queremos registar a marca, mas eis que nos falam na proteção da aparência dos produtos (desenho ou modelo), dizendo-nos que é fundamental e que deve ser realizada antes dos mesmos serem publicamente apresentados. Olhem o disparate! Se até vão ter uma marca própria que é nossa, para quê estar a perder tempo com papelada extra? Ah e mais, quando falámos do processo de fabrico da matéria-prima com que são produzidos, dizem-nos ser muito provável que o mesmo possa ser objeto de registo como patente porque há fortes indícios de se tratar de uma nova invenção.

Embora com uma certa fé nos resultados da nossa estratégia, mas algo receosos de que os mesmos não se venham a concretizar, com natural ansiedade vemos chegado o momento de testar, a nível de mercado, a aceitação do que criámos e produzimos. É a prova de fogo, depois do muito investido em termos humanos, financeiros e temporais. Fazemos figas para que a procura corresponda às expectativas e com muito orgulho olhamos embevecidos para os nossos produtos na prateleira! São fantásticos, não são?

Quando começamos a somar o número de vendas, até piscamos os olhos de incredulidade. Está a ser um sucesso! São várias as revistas a dar-nos cobertura e já perdemos a conta aos pedidos de entrevistas e convites para estarmos presentes em certames de renome, programas de televisão, enfim, andamos numa verdadeira azáfama.

O êxito conquistado incrementa a nossa criatividade e novos produtos são lançados a uma velocidade estonteante. Consequentemente alargamos o pedido de registo de marca a novas classes, contando com o apoio da tal entidade que trata destes assuntos, pois já nos começaram a alertar para o facto, isto para não falar da regular chamada de atenção para as outras modalidades da propriedade intelectual. Se por um lado até dão jeito, pois resolvem uma carga de questões para as quais não temos tempo, conhecimento, nem paciência, por outro são um bocadinho aborrecidos com aquele discurso “atenção à proteção disto e daquilo”, “olhem que o *boom* que estão a ter no mercado coloca-os na mira de quem seguramente tentará tirar indevidamente partido do vosso trabalho”, etc., etc. Como se houvesse alguém que tivesse a ousadia de, sabendo que aqueles produtos são nossos, estando lá a nossa marca, fazer semelhante coisa!

O objetivo é vender, há toda uma campanha de marketing a trabalhar a nosso favor, nas revistas da especialidade aparecemos sistematicamente na coluna do “*in*”, abrimos lojas no país, arranjam representantes no exterior, alargamos o leque de fornecedores, temos o ego insuflado, o que alimenta novas ideias, estamos a viver um momento inebriante e, quando tivermos oportunidade, iremos seguramente tratar dos famigerados registos, quanto mais não seja para fazer a vontade às criaturas que até nos têm prestado um bom serviço.

Lá dizem os entendidos que o tempo é o bem mais escasso dos nossos dias, as solicitações são tantas, que há que estabelecer prioridades e a tal papelada dos desenhos ou modelos e patentes, etc., vai ficando para segundo plano.

Entretanto, numa exposição onde estamos presentes com a pompa e circunstância dos bem-sucedidos, alguém passa e diz “que engraçado, não sabia que os senhores trabalhavam com a empresa WYZ e que vendiam aquela linha deles que está ali ao fundo”. Essa agora, mas qual empresa e qual linha deles?! Os produtos são nossos, fomos nós que os concebemos, somos nós que os produzimos, a marca é nossa! Há aqui qualquer mal-entendido, mas insistem que não e até nos dão o endereço do *site* onde podem ser visualizados e encomendados *on-line*. E não é que estão mesmo lá? Com as nossas fotografias e tudo? É o cúmulo!

De repente sentimos um arrepio e vem-nos à mente a conversa dos profissionais da propriedade intelectual, aqueles que tantas vezes nos falaram da importância de fazer o **registo** disto e daquilo, parecendo não entender que uma pessoa tem tanto que fazer que não pode dar atenção a tudo.

É o pânico, mas de certeza que os nossos “anjos da guarda” vão arranjar uma solução para dar cabo daqueles vigaristas de quinta categoria, gente reles e sem ideias, que tem o descaramento de imitar o que é nosso. Afinal é para isso que eles existem, não é verdade? Contactada a tal entidade, dizem-nos com uma serenidade que estamos longe de sentir “nós bem os avisámos!”. Avisaram mesmo, vezes sem conta.

E agora? Será que quem nos copiou fez os registos que deveríamos ter feito e não fizemos? Será que vamos ser obrigados a retirar os nossos produtos do mercado? Será que vamos ter de pagar uma licença de utilização daquilo que sempre assumimos como nosso? Será que a nossa empresa irá sobreviver a algo desta natureza?

Pois é, situações como a que acabámos de descrever e muitas outras de contornos semelhantes, são mais frequentes do que possa pensar e se custa ouvir a expressão “nós bem os avisámos”, creia que não custa menos pronunciá-la.

Assistir à delapidação do imenso manancial inovador de Portugal, à não afirmação de muitas empresas capazes de acrescentar valor, ao não alcançar de patamares de competitividade perfeitamente atingíveis, entre outras por questões desta índole, deixa aos profissionais da área da propriedade intelectual um travo amargo na boca, pois talvez como nenhuns outros sejamos detentores da noção exata do perigo que espreita quem não se protege adequadamente e da velocidade com que muitos sonhos, edificados com carinho, podem ruir de forma catastrófica.

É nossa missão cimeira informar, sensibilizar e promover tal sistema junto dos seus destinatários. Para o efeito apelamos à nossa criatividade, desenvolvemos diversos tipos de linguagem, olhamos para cada um de vós como um caso particular, envolvemo-nos nos vossos projetos e queremos partilhar o seu êxito.

Desempenhamos também o papel, muitas vezes mal compreendido, de quem alerta para a necessidade de ancorar estratégias empresariais em sólidas estratégias de propriedade intelectual e de bem gerir estas últimas.

Se a apresentação de casos de sucesso, que felizmente são muitos, não constituir um elemento suficientemente motivador para a utilização efetiva do sistema da propriedade intelectual, talvez o inverso, ou seja, o relato de exemplos com contornos negativos como o que acaba de ser referido, tenha a capacidade de o fazer

Gostaríamos que refletisse sobre o que acaba de ler.

Como é nosso apanágio, optámos por um discurso simples e direto, pois queremos chegar até si e a todos aqueles que visamos servir. Muito do nosso trabalho é alicerçado no esforço para evitar que amanhã possa vir a ser alvo de situações desagradáveis por ter relegado para segundo plano esta vertente de proteção, mas procure reter a ideia de que a grande quota de responsabilidade é sua e que existe um leque de profissionais pronto a fornecer todo o apoio de que necessitar.

A opção é sua em primeira instância, mas não deixa de ser também uma escolha de todos nós, enquanto país.

AIP-CCI